

## **Ravintola yhteiskunnallisena yrityksenä**

Mari Nieminen

24.11.2015



<b>Tekijä</b> Mari Nieminen	
<b>Koulutusohjelma</b> Ruokatuotannon johtamisen koulutusohjelma	
<b>Raportin/Opinnäytetyön nimi</b>  Ravintola yhteiskunnallisena yrityksenä	<b>Sivu- ja liitesivumäärä</b>  28 + 40
<p>Opinnäytetyön tarkoituksena on tuoda tunnetuksi yhteiskunnallisen yrityksen toimintatapa. Työssä on kaksi osaa, joista ensimmäinen osa on teoriaa ja tutkimuksia yritysten ja kuluttajien vastuullisuudesta. Toinen osa on liiketoimintasuunnitelma ravintolan perustamiseksi yhteiskunnallisen yrityksen periaatteiden mukaan.</p> <p>Ensimmäinen osa käsittelee eri määritelmiä yhteiskunnalliselle yritykselle. Tässä työssä esitellään ja vertaillaan Suomalaisen työn liitto ry:n, Arvo-liiton ja eurooppalaisen EMES-tutkimusryhmän määritelmiä. Lähtökohta on kaikissa määritelmissä sama: yhteiskunnallisen yrityksen päätarkoitus on yhteiskunnallisen hyvän tuottaminen. Tämä tavoite voi olla esimerkiksi työllisyystilanteen parantaminen, syrjäytymisen estäminen tai terveys- ja hyvinvointipalveluiden tuottaminen. Merkittävä ero tavallisen yrityksen ja yhteiskunnallisen yrityksen välillä on se, että yhteiskunnallinen yritys antaa liikevoitostaan yli puolet tavoitteensa mukaiseen työhön.</p> <p>Yhteiskunnallisen yrityksen hyödyt kaupungille ja kaupunkilaisille liittyvät kaupunkikulttuuriin ja kaupunkimaineeseen. Hyötyä saadaan lisäksi yhteisöllisen työhyvinvoinnin kautta. Haasteet liittyvät rahoitukseen ja taloudelliseen taantumaan.</p> <p>Opinnäytetyö esittelee erilaisia tavoitteita ja tapoja tehdä yhteiskunnallisesti vastuullinen yritys. Ravintola voi päästä tavoitteisiinsa useassa kohdassa prosessia. Kestävät raaka-ainevalinnat, energiaa ja vettä säästävä toimintatapa ja avustukset arvojen mukaisille kohteille ovat tästä esimerkkeinä.</p> <p>Opinnäytetyö valmistuu opintojeni loppuvaiheessa vuonna 2015, jolloin maailman taloustilanne on heikko ja pakolaisvirrat liikkuvat Euroopassa. Uusia ratkaisuja ongelmiin etsitään kipeästi.</p>	
<b>Asiasanat</b> Yhteiskunnallinen yritys, ravintola, vastuullisuus, työn kestävyys	

## Sisällys

1	Johdanto .....	1
2	Yhteiskunnallinen yritys .....	3
2.1	Suomalaisen Työn liitto ry:n säännöt yhteiskunnalliselle yritykselle .....	4
2.2	EMES-tutkimusverkoston määritelmä yhteiskunnalliselle yritykselle .....	4
2.3	Arvo-liiton määritelmä .....	5
2.4	Suomalaisten ja eurooppalaisen määritelmän yhteneväisyydet ja erot .....	5
3	Yhteiskunnallisen yrityksen hyötyjä ja uhkia .....	7
3.1	Yhteiskunnallisen yrityksen hyödyt kaupungille .....	7
3.2	Yhteisöllinen työhyvinvointi .....	8
3.3	Yhteiskunnallisen yritystoiminnan kohteita .....	9
3.4	Yhteiskunnallisen yrityksen haasteet .....	11
4	Tutkimustuloksia vastuullisuudesta .....	12
4.1	Yhteiskunnallinen yritys 2015 –selvitys .....	12
4.2	Päätelmiä yritysten vastuullisuudesta .....	13
4.3	Vastuullinen asiakas tutkimusten valossa .....	13
4.4	Tärkeät asiakasryhmät yhteiskunnallisen yrityksen kannalta .....	15
5	Työn kestävyys ja ravintola-ala .....	16
5.1	Työn kestävyys ulottuvuudet .....	16
5.2	Esimerkkejä ravintoloista yhteiskunnallisena yrityksenä .....	17
5.3	Yhteiskunnallisen ravintolan mahdollisuudet tuottaa hyvää .....	17
6	Prosessi nimeltä Meerin Bistro .....	20
7	Pohdinta .....	23
	Lähteet .....	25
	Liitteet .....	28
	Liite 1. Liiketoimintasuunnitelma (salainen)	
	Liite 2. Tapaus "Meerin Bistro" .....	28

# 1 Johdanto

Tämän opinnäytetyön tarkoituksena on löytää ravintolalle vastuullinen tapa toimia yhteiskunnallisena yrityksenä ja rajata sille oikea asiakassegmentti. Näiden tietojen pohjalta on tehty liiketoimintasuunnitelma, joka on ensimmäisessä liitteessä. Liiketoimintasuunnitelma on salainen, koska se on hyvin yksityiskohtainen.

Omien havaintojeni mukaan yhteiskunnallinen yritys on yritysmuotona vielä varsin tuntematon suurelle joukolle suomalaisia. Kansainvälisesti yhteiskunnallisten yritysten on nähty olevan yksi keino yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisemiseksi esimerkiksi työttömyyteen tai syrjäytymiseen. Suomessa toimii Arvo-liitto, joka on yhteiskunnallisten yritysten etujärjestö, lisäksi Suomalaisen työn liitto ry voi myöntää yhteiskunnallinen yritys-merkin, jos yrityksen toiminta vastaa saantiperusteita. Yhteiskunnallinen yritys voidaan määritellä myös eurooppalaisen EMES-tutkimusryhmän mukaan. Määritelmät, niiden erot ja yhtäläisyydet esitellään luvussa kaksi.

Luku kolme käsittelee yhteiskunnallisen yrityksen hyötyjä ja uhkakuvia. Hyötyjä etsitään niin kaupungille organisaationa kuin kaupunkilaisillekin. Hyötyjä etsitään myös yhteisöllisen työhyvinvoinnin kautta. Yhteiskunnallisen yrityksen on löydettävä arvokas tavoite, jonka hyväksi toimitaan. Esiteltävän tutkimuksen mukaan suomalaiset yhteiskunnalliset yritykset ovat suuntautuneet pääosin terveys- ja hyvinvointipalveluiden tuottamiseen (Kotiranta, Rouvinen & Widgrén 2015,11).

Yritysten vastuullisuus ja kuluttajakäyttäytyminen muodostavat luvun neljä sisällön. Tässä esitellään Suomalaisen työn liitto ry:n vuonna 2015 julkaistu selvitys siitä, mitä asiakkaiden mielestä vastuullinen liiketoiminta on. Tutkimustuloksista voidaan tehdä johtopäätöksiä siitä, kuinka vastuullisen yrityksen tulee toimia. Keskeisimmät tunnusmerkit vastuulliselle yritykselle ovat tämän tutkimuksen mukaan toiminnan avoimuus, yhteiskuntavastuu ja yhteiskunnallinen vastuu. (Suomalaisen työn liitto 2015.) Kuluttajatutkimuksia on tähän opinnäytetyöhön valittu neljä, jotta oikea asiakassegmentti on mahdollista löytää ja tavoittaa. Tutkimustuloksien perusteella kolmannes kuluttajista valitsee tuotteen tai palvelun sen vastuullisuuden perusteella. Tärkein asiakasryhmä ovat nuoret koulutetut aikuiset, jotka asuvat kaupungeissa.

Työn kestävyysulottuvuudet esitellään luvussa viisi. Kasvion (2014, 124) mukaan yrityksessä tulee huomioida ekologinen, taloudellinen, sosiaalinen ja inhimillinen kestävyysulottuvuus. Näitä ulottuvuuksia peilataan olemassa oleviin ravintoloihin, jotka ovat yhteiskunnallisia yrityksiä. Lisäksi etsitään ravintolatoiminnan kautta konkreettisia

esimerkkejä, missä kohdassa prosessia ravintolan on mahdollista tehdä hyvää ja toimia oman arvopohjansa mukaisesti.

Prosessi nimeltä Meerin Bistro luvussa kuusi kertoo oman tarinani ja oppimistulokseni tässä opinnäytetyöprosessissa. Tiedon tulee muuttua taidoiksi ja osaamiseksi käytännössä, jotta yritys voi menestyä ja yrittäjä jaksaa työssään. Tärkeää on havainnoida ympäristössä tapahtuvia muutoksia, pysyä valppaana ja tiedonjanoisena ja näiden asioiden perusteella kehittää toimintaa. Pohdinta kokoaa työn tärkeimmät tulokset yhteen.

Yksityiskohtainen liiketoimintasuunnitelma on tehty tämän opinnäytetyön teoriaosassa ilmenneiden tulosten pohjalta. Tämä yhteiskunnallisen yrityksen liiketoimintasuunnitelma on salainen, koska siinä esitellään konkreettisesti tulevan ravintolan toiminta-ajatus, henkilöstö ja budjetti. Suunnitelma on laadittu Haaga-Helia ammattikorkeakoulussa käytetyn kirjan mukaan, joka on Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen (2009). Oma suunnitelmani toimii käsikirjana ravintolan arkeen, mutta syvyys ja arvomaailma tulevat parhaiten esiin opinnäytetyön teoriaosuudessa. Vaikka perustettava ravintolayritys toimii yhteiskunnallisena yrityksenä, on liiketoimintasuunnitelma hyvin samankaltainen kuin muillakin ravintoloilla. Yrityksen neljän omistajan vahvuudet huomioidaan vastuualueissa, mutta vasta käytäntö osoittaa jaon toimivuuden. Laskelmat on tehty mahdollisimman realistisesti, mutta Suomen taloudellinen tilanne voi vaikuttaa ravintolan kannattavuuteen ratkaisevasti. Kilpailu ravintola-asiakkaista on kovaa, muutokset ovat nopeita ja uusien asiakkaiden hankinta vaatii valtavasti resursseja. Suunnitelmat saattaa joutua nopeallakin aikavälillä muuttamaan. Fyysisen tilan puuttuminen vaikeuttaa toistaiseksi käytäntöön siirtymistä ja vaikuttaa osaltaan siihen, että liiketoimintasuunnitelma on summa toteutettavia toiveita.

## 2 Yhteiskunnallinen yritys

Yhteiskunnallinen yritys pyrkii normaalin liiketoimintansa lisäksi edesauttamaan jonkin yhteiskunnallisen tai ekologisen ongelman ratkaisua. Yrityksen liiketoiminta on sellaista, että se omalla toiminnallaan auttaa ongelman ratkaisua, jonka lisäksi se käyttää suurimman osan voitoistaan yhteiskunnallisen tai ympäristöön liittyvän tavoitteensa toteutumiseen. (Suomalaisen Työn liitto ry 2015.)

Yhteiskunnallinen yritys sijoittuu perinteisten yksityis-, julkisen- ja kolmannen sektorin välimaastoon. Yhteiskunnallinen yritys sitoutuu yhteiskuntavastuuseen. Julkisen sektorin alueella yhteiskunnallinen yritys voi toimia esimerkiksi kehittämällä hyvinvointipalveluita. Kolmannen sektorin aluetta on vapaaehtoistyö, josta yhteiskunnallinen yritysmalli on saanut alkunsa, kun yhdistykset ovat ottaneet käyttöön yritystoiminnalle tyypillisiä malleja pystyäkseen kilpailemaan markkinoilla. (Koto 2010, 6.)

Suomessa yhteiskunnallinen yritys on vielä jokseenkin tuntematon yritysmuoto suurelle yleisölle, mutta kansainvälisesti liiketoimintatavalla on nähty olevan merkitystä yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisussa. Yhteiskunnalliset yritykset toimivat kaikilla aloilla, esimerkiksi sosiaali- ja terveydenhuollossa, uusiutuvassa energiantuotannossa ja muotoilussa. Suomen tunnetuin yhteiskunnallinen yritys on Lasten Päivän Säätiön omistama Linnanmäki, joka tuottaa vuosittain noin kolme miljoonaa euroa yhteiskunnalliselle tarkoitukselleen. (Koskela, Oikarinen, Konsti-Laakso, Martikainen & Melkas 2014, 12.)

Yhteiskunnallisten yritysten lähtökohtana voidaan pitää 1840-luvulla Englannin Rochdalessa syntynyttä osuuskauppaa. Suomessa osuuskauppoja on perustettu 1800-luvun lopulta lähtien. Osuustoimintalaki astui voimaan 1901. Suomessa 1900-luvun alussa oli työkeskuksia, jotka myöhemmin muuttuivat kristillisiksi settlementeiksi. Maaseudulla oli osuustoimintaa ja osuuskassojen toiminta yleistyi, jotka kertoivat liikkeiden yhteiskunnallisen tehtävän ja tarkoituksen. Iso-Britanniassa yhteiskunnallinen yritys - nimitystä alettiin käyttää yleisesti 1990-luvulla, Suomessa vasta 2000-luvulla. (Koskela ym. 2014, 12.) Nyt yhteiskunnallisia yrityksiä on Iso-Britanniassa noin 70.000, niiden liikevaihto on yli 24 miljardia Englannin puntaa , joka on 34 miljardia euroa Suomen pankin valuuttakurssin mukaan (23.11.2015) Yhteiskunnalliset yritykset työllistävät Iso-Britanniassa noin miljoona työntekijää (Villeneuve-Smith & Temple 2015, 4.)

## **2.1 Suomalaisen Työn liitto ry:n säännöt yhteiskunnalliselle yritykselle**

Suomessa yhteiskunnallinen yritys määritellään yleisimmin Suomalaisen Työn liitto ry:n asettamin kriteerein, liitto myöntää rekisteröidyn yhteiskunnallisen yrityksen yhteisömerkin yrityksen toiminnalle. Merkki on ollut saatavilla vuodesta 2011. (Koskela ym. 2014, 12-14.)

Yhteiskunnallinen yritys -merkin kelpoisuusvaatimusten perustana on, että yritys noudattaa Suomen lakia ja hyvää tapaa. Yrityksen tulee noudattaa työehtosopimuksia ja viranomaismääräyksiä. Lisäksi yhtiön pääkonttorin on sijaittava Suomessa, sillä on Y-tunnus ja näyttöä toiminnastaan yhden vuoden tilikaudelta. (Suomalaisen Työn liitto ry 2015.)

Ensisijaisina kriteereinä vaaditaan, että yritystoiminnan tarkoitus ja tavoite on yhteiskunnallisen hyvän tuottaminen. Liiketoiminnan tulee olla vastuullista. Lisäksi vaaditaan, että yrityksellä on rajoitettu voitonjako. Tämä tarkoittaa sitä, että yritys käyttää suurimman osan liikevoitostaan yhteiskunnallisen hyvän edistämiseen liikeideansa mukaisesti. Tämä voi tapahtua omaa toimintaa kehittämällä tai lahjoittamalla toiminta-ajatuksensa mukaisesti. Kolmantena ensisijaisista kriteereistä on liiketoiminnan avoimuus ja läpinäkyvyys. (Suomalaisen Työn liitto ry 2015.)

Toissijaisia kriteerejä on kolme. Kaikkien kolmen kriteerin ei tarvitse täyttyä saadakseen merkin. Ensimmäisenä mainitaan työntekijöiden osallistuminen ja vaikuttaminen päätöksentekoon ja mahdollinen työntekijäomisteisuus. Toinen kriteeri on yhteiskunnallisen vaikuttavuuden toteaminen ja tuotettujen yhteiskunnallisten vaikutusten mittaaminen. Kolmantena kohtana mainitaan heikossa työmarkkina-asemassa olevien henkilöiden työllistäminen. (Suomalaisen Työn liitto ry 2015.)

## **2.2 EMES-tutkimusverkoston määritelmä yhteiskunnalliselle yritykselle**

Eurooppalainen tutkimusverkosto EMES (L'émergence des entreprises sociales en Europe) on määritellyt yhteiskunnallisen yrityksen seuraavalla tavalla.

Yrityksen tulee tuottaa tuotteita ja/tai palveluja kaupalliseen tuotantoon. Tällä halutaan erottautua kolmannelta sektorista ja yhdistys- ja järjestötoiminnasta. Toisena kohtana on päätöksenteon vapaus, joka tarkoittaa tässä yhteydessä sitä, ettei määräysvalta voi olla ulkopuolisella omistajalla tai julkisella sektorilla. Lisäksi otetaan esille taloudellinen riski, joka on yhteistä kaikille yrityksille. Yrityksen tulee toimia kannattavasti ja tavoitella voittoa. Neljäntenä kriteerinä on se, että tehdystä työstä maksetaan palkkaa. Yritystoimintaa ei ole mahdollista perustaa ainoastaan vapaaehtoistyölle tai saataville palkkatuille ja muille mahdollisesti saataville tuille. (Defourny 2001, 19-20.)

Ensimmäisenä yhteiskunnallisen yrityksen sosiaalisista kriteereistä on EMES:n määritelmän mukaan se, että yrityksen tavoitteena on tuottaa hyötyä yhteisölle. Lisäksi toiminta tulisi käynnistyä yhteisön tai ryhmän yhteisistä tavoitteista. Kolmas sosiaalinen kriteeri on, että päätösvalta ei ole sidottu omistamiseen vaan päätöksenteko on osallistavaa ja käytetään jaettua johtajuutta. Viimeisenä kriteerinä on rajattu voitonjako. (Defourny 2001, 19-20.)

### **2.3 Arvo-liiton määritelmä**

Arvo-liitto on suomalaisten yhteiskunnallisten yritysten etujärjestö. Liiton tavoitteena on edistää liiketoimintaa, joka yhdistää yritystoiminnan ja yhteiskunnallisen vaikuttavuuden uudella tavalla. Jäsenyrityksiä tai yhteisöjä on 30. Arvo-liiton määritelmä yhteiskunnalliselle yritykselle korostaa yrityksen toiminnan päämääriä. Päämäärinä ovat sosiaalisten ongelmien ratkaiseminen, terveyden ja hyvinvoinnin edistäminen, ekologisten ongelmien ratkominen, työllisyyden parantaminen ja kulttuurin edistäminen. (Arvo-liitto 2015.)

### **2.4 Suomalaisen ja eurooppalaisen määritelmän yhteneväisyydet ja erot**

Suomalaisen työn liitto ry:n, Arvo-liiton ja eurooppalaisen EMES:n määritelmät ovat peruslähtökohdiltaan hyvin samankaltaisia, jokainen korostaa yhteiskunnallisen yrityksen ensisijaista tehtävää, joka on yhteiskunnallisen hyvän tuottaminen (Taulukko 1). Jokaisessa määritelmässä on käytössä rajoitettu voitonjako ja yrityksen tulee tuottaa ja myydä tuotteita ja/tai palveluita. EMES:n määritelmä korostaa tätä erityisesti, jotta erottaudutaan kolmannen sektorin toimijoista. Arvo-liitto ei ota määritelmäänsä osallistavaa toimintatapaa, kun se kahdessa muussa on huomioitu. EMES ei mainitse liiketoiminnan läpinäkyvyyttä, mutta suomalaiset määritelmät vaativat sitä. Suomalaisen työn liitto ry on ainoa näistä kolmesta, joka vaatii yhteiskunnallisen vaikuttavuuden mittaamista esimerkiksi sosiaalisen kirjanpidon kautta. Heikossa markkina-asemassa olevien työllistäminen on yhtenä kohtana toissijaisissa kriteereissä Suomalaisen työn liitto ry:n määritelmässä yhteiskunnalliselle yritykselle. Arvo-liitto ja erityisesti EMES korostavat sitä, että yritys ei saa toimia vapaaehtoisvoimin, vaan työntekijöiden tulee saada normaalia palkkaa työstään. Yritys ei voi toimia ainoastaan saatavien palkkatukien tai muiden mahdollisten tukien avulla.



Taulukko 1. Suomalaisten määritelmien ja EMES:n määritelmien erot

	EMES	Suomalaisen työn liitto	Arvo-liitto
<b>Yhteiskunnallisen yrityksen ensisijainen tavoite on yhteiskunnallisen hyvän tuottaminen</b>	X	X	X
<b>Valtaosa voitoista käytetään yhteiskunnallisen tavoitteen edistämiseen</b>	X	X	X
<b>Yritys toimii markkinoilla: tuotteiden ja/tai palveluiden tuotantoa</b>	X	X	X
<b>Osallistava toimintatapa</b>	X	X	
<b>Liiketoiminta on avointa ja läpinäkyvää</b>		X	X
<b>Yhteiskunnallista vaikuttavuutta mitataan</b>		X	
<b>Työllistetään heikossa markkina-asemassa olevia</b>		X	
<b>Toiminta perustuu pääasiallisesti palkkatyöhön (vrt. vapaaehtoistyö)</b>	X		X

Ravintolan, joka toimii yhteiskunnallisen yrityksen periaatteiden mukaan, tulee pohtia eri määritelmiä. Liittojen jäsenyys on maksullista, mutta niistä saa tietoa, tukea ja koulutusta. Samalla yrittäjä voi verkostoitua samankaltaisten yritysten kanssa ja löytää uusia yhteistyökumppaneita ja mahdollisia asiakkaita.

### **3 Yhteiskunnallisen yrityksen hyötyjä ja uhkia**

Yhteiskunnallisen yritystoiminnan motiivina on pyrkiä liiketoiminnan keinoin ratkaisemaan jotain yhteiskunnallista ongelmaa, kuten työttömyyttä, syrjäytymistä tai ympäristöongelmia. Liiketoiminta on parhaimmillaan yhdistelmä innovatiivisia ja vastuullisia ratkaisuja, unohtamatta sitä, että yrityksen tulee toimia voitollisesti. Toimintatapa edellyttää asiakaslähtöisyyttä, asiakas osallistetaan toimintaan ja arvoihin. Palveluita tai tuotteita kehitetään yhteistyössä asiakkaiden kanssa, jolloin asiakkaat saavat laadukkaan tuotteen tai palvelun ja yritys saa lojaalin asiakaskunnan. Yhteistyön avulla yritys pystyy rakentamaan brändin, joka korostaa vastuullisuutta, avoimuutta ja yhteisöllisyyttä.

Tässä opinnäytetyössä ei keskitytä arvonluonnin teorioihin, joita ovat esimerkiksi Porterin jaetun arvon malli sekä Haquen runsaan arvon malli (Tikka & Gävert 2014, 13–14). Runsaan arvon (thick value) malli on yhteiskunnallisen yrityksen peruslähtökohtana, joka tarkoittaa sitä, että tuottava liiketoiminta on kestävä ja merkityksellistä. Haquen mukaan ohut arvo (thin value) on voiton tavoittelua muiden kustannuksella, eikä se tuota merkityksellistä arvoa tai paranna olosuhteita. Runsa arvo tuottaa pitkäkestoista, merkityksellistä ja kokemuksellista arvoa. Se kasvaa ihmisten ja yritysten yhteistyöstä, eikä se rajoitu ainoastaan hyödykkeiden vaihtoon tai kertaluontoisiin kulutuskokemuksiin.

#### **3.1 Yhteiskunnallisen yrityksen hyödyt kaupungille**

Yhteiskunnallisen yrityksen, kuten kaikkien yritysten verotulot vakauttavat kaupungin taloutta. Sama pätee työllisyystilanteeseen, jonka myötä kaupungin maksamat toimeentulotukimenot ja työmarkkinatuen kuntaosuudet vähenevät. Työmarkkinatuen kuntaosuuks on niin sanottu sakkomaksu, jonka kunnat joutuvat maksamaan valtiolle pitkäaikaistyöttömistä työnhakijoista alueellaan. Yrittäjyyden suorat ja välilliset vaikutukset työllisyyteen ja kaupungin talouden kasvuun, ovat olleet viime aikoina paljon keskusteltuja aiheita. Suomen hallitus ja kaupunkien päättävät elimet etsivät kuumeisesti ratkaisua, kuinka yrittäjyyttä voidaan tukea, jotta maahan saadaan talouskasvua. Työllisyys on yksi tärkeä tekijä syrjäytymisen estämisessä.

Yhteiskunnallinen yritys voi lisätä kaupungin vetovoimaisuutta positiivisella yrityskuvallaan. Aulan, Vehkalahden ja Äikäsen (2007, 31) mukaan kaupunkien mainetta ja vetovoimaa määritellään kuuden tekijän mukaan. Näitä ovat kaupungin julkinen kuva, johtaminen, palvelut, innovatiivisuus, kaupunkimiljöö ja kaupunkivastuu. Ravintolan yhteiskunnallisena yrityksenä voidaan katsoa liittyvän kaupunkimaineeseen kolmeen

osatekijään. Nämä ovat kaupunkivastuu (ympäristöystävällisyys, lähiseudun kehittäminen ja toiminnan eettisyys), kaupunkimiljöö (suvaitsevaisuus, monimuotoisuus ja viihtyvyys) ja kaupungin innovatiivisuus (osaamisen rikkaus, kehittämisen rohkeus ja kehityksen dynaamisuus). Ravintola yhteiskunnallisena yrityksenä voi näin olla osaltaan rakentamassa uutta vetovoimaa kaupunkiin. Monipuolinen kaupunkikulttuuri lisää kaupungin kiinnostavuutta ja mahdollistaa kaupunkilaisille erilaisia vaihtoehtoja vapaa-ajan viettoon.

Yhteiskunnallinen yritys kertoo suvaitsevuudesta ja tasa-arvosta. Kaupunkikulttuurin lisääntyminen tuo viihtyvyyttä ja lisää kaupungin imago-arvoa. Yhteiskunnallinen yritys verkottuu kaupungin yritysten ja yhdistysten kanssa, josta saadaan synergiaetua.

Yhdessä henkilökunnan ja asiakkaiden kanssa toimiva yritys luo alueelle yhteisöllisyyttä ja sen myötä hyvinvointia. Yritys osallistaa asiakkaitaan ja kaupunkilaisia. Hyvinvointia alueella on mahdollista lisätä myös valittujen avustuskohteiden kautta. Tasavertaisena, tasa-arvoisena ja oikeudenmukaisena yrityksenä se vaikuttaa positiivisesti kaupunkikuvaan. Yhteiskunnallinen yritys toimii ympäristöystävällisesti ja siten se toiminnallaan auttaa ekologisten ongelmien ratkaisemisessa.

### **3.2 Yhteisöllinen työhyvinvointi**

Yhteiskunnallisessa yrityksessä työyhteisö on tärkeä osa yritystä. Yhteisöllisyys ulotetaan käsittämään myös yrityksen makrotaso eli asiakkaat ja kaikki yrityksen sidosryhmät. Yhteisöllisyys työyhteisössä osana työhyvinvointia on arkista työhön liittyvää toimintaa. Marja-Liisa Mankan (2007, 52-53) mukaan yhteisöllisyys on ryhmähenkeä, joka syntyy toisten työn arvostamisesta, avoimuudesta, auttamishalusta, luottamuksesta ja onnistumisesta. Yhteisöllisyyden syntymiseen tarvitaan jaettua johtajuutta, ei byrokraattista valta-asemaan perustuvaa johtajuutta. Tarvitaan toimintamalli, jossa tieto, teknologia ja sosiaalinen pääoma toimivat yhdessä.

Työyhteisön sosiaalinen pääoma koostuu sosiaalisista verkostoista, normeista ja luottamuksesta, joiden avulla edistetään yhteistoimintaa. Sosiaalista pääomaa syntyy työyhteisössä, kun kaikki toimivat yhteisen päämäärän hyväksi, jolloin se on merkittävä resurssi yritykselle ja työntekijöille. Työyhteisö, jossa on paljon sosiaalista pääomaa, toimii tehokkaammin, tieto kulkee, työkaveriin ja esimiehiin luotetaan ja jokainen kokee arvostusta. Vastavuoroisuutta ja luottamusta tukeva ilmapiiri edistää työskentelyn toimivuutta ja sujuvuutta. (Oksanen & Virtanen 2012, 55, 62.)

Yhteiskunnallisen yrityksen tuottavuutta ei voida nostaa työntekijöiden hyvinvoinnin kustannuksella. Yhteisöllinen työhyvinvointi koostuu selkeistä yhteisistä päämääristä, tasa-arvoisuudesta ja oikeudenmukaisuudesta eli sosiaalisesta pääomasta. Perustana tulee olla selkeä ja läpinäkyvä organisaatio, hyvä johtamistapa ja toiminnan jatkuva arviointi. Tarkoituksena on, että jokainen työyhteisön jäsen saa osallistua päätöksentekoon ja arviointiin, kuitenkin niin, että yrityksen omistajilla on viimeinen päätösvalta. Useat yhteiskunnalliset yritykset ovat työntekijöidensä omistuksessa, joka lisää sitoutuneisuutta ja motivaatiota toimia yrityksen strategian mukaisesti.

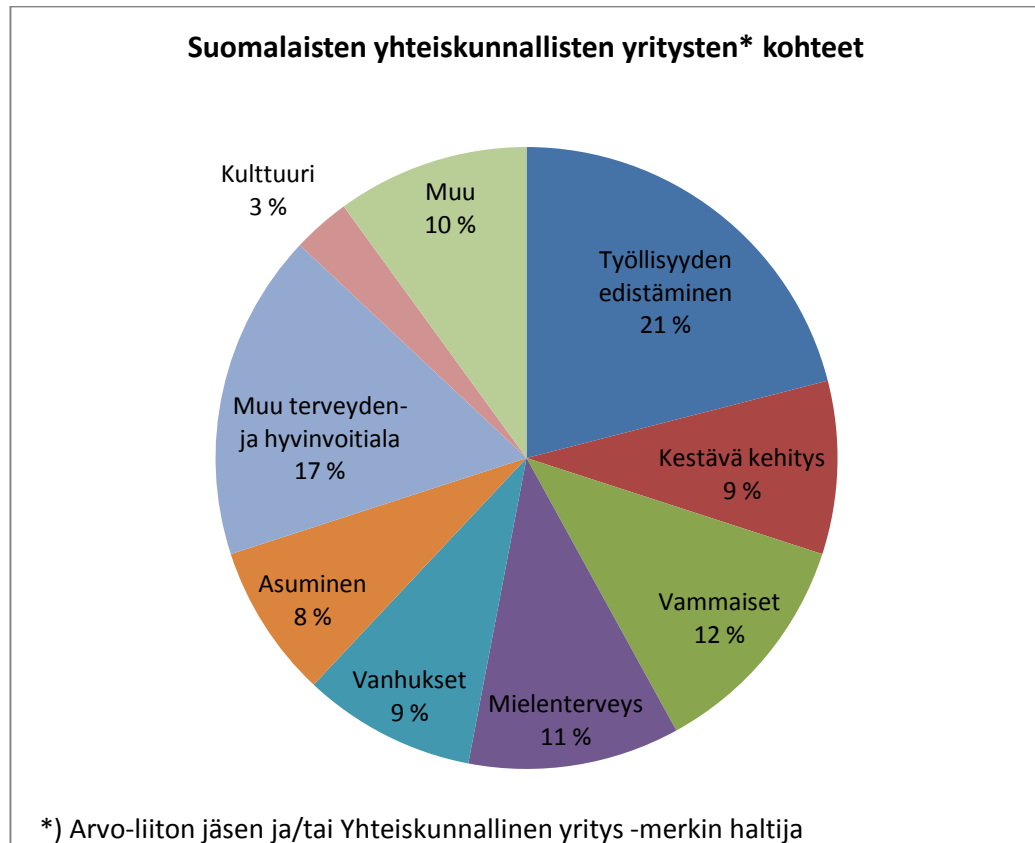
Työnilon julistuksessaan vuodelle 2015 Manka korostaa avoimuutta, rentoutta ja viestinnän vaivattomuutta. Jokaisen tulisi etsiä voimavaroja itsestään yhteisen hyvän rakentamiseksi. Valittaminen tulisi muuttaa vaikuttamiseksi, koska sen avulla voidaan löytää ratkaisuja ongelmiin ja voidaan menestyä tulevaisuudessa. Työnantajan tulee Mankan mukaan pitää kiinni tärkeimmistä resurssistaan eli ihmisistä, koska ihmisiä arvostava ja vastuullinen henkilöstöpolitiikka lisää työyhteisöpääomaa. Hyvään työyhteisöön saadaan helpommin rekrytoitua työntekijöitä, jotka ovat valmiita tekemään parhaansa. Tämä näkyy toiminnan laadun parantumisena, joka välittyy asiakkaille. (Manka 2015.)

### **3.3 Yhteiskunnallisen yritystoiminnan kohteita**

Suunnitellessani ravintolaa ja keskusteltuani ihmisten kanssa, olen tullut siihen tulokseen, että yhteiskunnallinen yritys on ilmiönä Suomessa vielä varsin tuntematon. Tämä saattaa aiheuttaa haasteita uuden toimintatavan hyväksymisessä asiakaskunnassa. Yritys saatetaan helposti leimata maailmanparantajien paikaksi, jolloin suuri yleisö ei välttämättä kiinnostu yrityksestä. Jos yritys työllistää heikossa markkina-asemassa olevia henkilöitä, kuten maahanmuuttajia tai mielenterveyskuntoutujia, syntyy helposti mielikuva, että toimitaan ainoastaan avustuksien varassa.

Yhteiskunnallisen yrityksen päätavoite on tuottaa hyvää tai olla osaltaan ratkaisemassa jotain yhteiskunnallista ongelmaa. Tämän tavoitteen löytäminen ja määrittelemine on ensiarvoisen tärkeää. Yleisimmin yhteiskunnalliset yritykset ovat pureutuneet työttömyyden vähentämiseen, mutta ne ovat toimineet aktiivisesti muun muassa hyvinvointipalveluiden ja sosiaali- ja terveyspalveluiden tuottajina, kaupunkien ja syrjäseutujen elävöittäjinä ja ympäristöpalveluiden tuottajina (Koto 2010, 13). Selkeää listausta ei ole olemassa, jossa lueteltaisiin hyväksyttävät yhteiskunnalliset tavoitteet. Suomessa on Elinkeinoelämän tutkimuslaitoksen vuonna 2015 tekemän selvityksen mukaan noin 130 yhteiskunnallista yritystä, jotka ovat joko Arvo-liiton tai Suomalaisen

työn liitto ry:n jäseniä. Näiden yritysten yhteiskunnallisten tavoitteiden kohteet jakautuvat seuraavasti (Kuvio 1).



Kuvio 1. Kotiranta, Rouvinen & Widgrén (2015,11) mukaan

Suomessa yhteiskunnallisten yritysten toimialana on pääsääntöisesti terveys- ja hyvinvointiala (60 %). Toimintansa kautta ne pyrkivät auttamaan yhteiskunnallisten ongelmien ratkaisemista muun muassa vammaisten, mielenterveyden, vanhusten ja asumisen asioissa. Työllisyyden edistäminen on toinen suuri tavoite, joka suomalaisilla yhteiskunnallisilla yrityksillä on. (Kotiranta ym. 2015, 11.)

Verrattaessa Suomea yhteiskunnallisten yritysten pioneerimaahan Iso-Britanniaan, toimialat jakautuvat hyvin samankaltaisesti. Kolme tärkeintä toimialaa ja tavoitetta ovat terveys- ja hyvinvointipalvelujen tarjoaminen, heikompiosaisten ihmisten tukeminen ja yhteisöllisyyden parantaminen. Yhteisöllisyyden kehittäminen ei näy suomalaisten yritysten päämäärissä. Mielenkiintoista tutkimustuloksissa on, että ympäristövastuu mainittiin yrityksissä vasta kahdeksanneksi tärkeimpänä tavoitteena. Toinen merkittävä huomio on se, että koulutus ja konsultaatio ovat yhteiskunnallisten yritysten tärkeimmät tulonlähteet Iso-Britanniassa. (Villeneuve-Smith & Temple 2015, 11.)

Yhteiskunnallisen yrityksen tulee löytää ajankohtainen, asiakkaille merkityksellinen ja arvomaailmaan sopiva kohde, yksi tai useampia, joiden vuoksi yritys haluaa toimia. Yritys

voi toiminnallaan, raaka-ainevalinnoillaan ja avustuksillaan olla osaltaan ratkaisemassa yhteiskunnallisia tai ekologisia ongelmia.

### **3.4 Yhteiskunnallisen yrityksen haasteet**

Haasteena yhteiskunnalliselle yritykselle on rahoituksen löytyminen. Koska yritys ei ensisijaisesti pyri tuottamaan omistajilleen voittoa sijoitetulle pääomalle, on sijoittajia vaikeampaa löytää kuin tavanomaisessa voittoa tavoittelevassa yrityksessä.

Rahoituslaitokset, kuten pankit, saattavat olla tietämättömiä verrattain uudesta yritysmuodosta ja rajata tämän vuoksi lainanantoa. Suomessa toimivat yhteiskunnalliset yritykset ovat saaneet rahoitusta toimintaansa Veikkaukselta tai Raha-automaattiyhdistykseltä, ELY-keskuksilta ja TE-keskuksilta, Finnveralta ja Sitralta sekä pankeilta (Kotiranta ym. 2015, 31). Joukkorahoitus on rahoitusmuotona tullut suomalaisten tietoisuuteen vasta vähän aikaa sitten. Joukkorahoitus on hyvä mahdollisuus myös yhteiskunnalliselle yritykselle.

Taloudellinen taantuma vaikeuttaa lähes poikkeuksetta liike-elämää. Yhteiskunnallisen yrityksen tulee olla menestyvä yritys, tuottaa voittoa, jotta sen yhteiskunnallinen tavoite voidaan saavuttaa. Yhteiskunnallisen yrityksen, kuten muidenkin menestyvien yritysten takana täytyy olla osaamista, selkeä liikeidea, missio, strategia ja visio. Yrityksen arvot eivät voi olla päälle liimattuja, vaan niiden on kuljettava selvästi mukana jokaisessa osa-alueessa ja valinnoissa, joita yritys tekee.

## 4 Tutkimustuloksia vastuullisuudesta

### 4.1 Yhteiskunnallinen yritys 2015 –selvitys

Suomalaisen työn liitto ry on vuonna 2015 valmistuneessa selvityksessään kysynyt ihmisiltä ympäri Suomea yrityksen vastuullisuudesta ja yhteiskunnallisen yrityksen tavasta tehdä hyvää. Vastuullisen yrityksen tunnusmerkkejä ovat selvityksen mukaan: toiminnan avoimuus (32 %), ympäristövastuu (29 %), yhteiskunnallinen vastuu (26 %), hyvät arvot (26 %) ja suomalaisen työn arvostus (24 %). (Yhteiskunnallinen yritys 2015.)

Kyselyssä pyydettiin vastaamaan, mikä on ärsyttävintä yritystoiminnassa ja selvityksen mukaan ne ovat: asioiden peittely (58 %), välinpitämättömyys työntekijöistä (53 %), veronkierto (39 %), irtisanomiset (34 %) ja epävarmuus (31 %). Selvityksen mukaan ihmiset haluavat yhteiskunnallisten yritysten tavoittelevan hyvinä päämäärinään työttömyyden vähentämistä, sijoittamista lapsiin, nuoriin ja vanhuksiin, huolehtimista heikompiosaisista, tasa-arvoisuuden lisäämisestä ja ympäristövastuusta. (Yhteiskunnallinen yritys 2015.)

Vastaajien alueellisen jakauman ja ikäjakauman mukaan jaotellut tulokset antavat mielenkiintoisen lähtökohdan asiakassegmentoinnille. Vastaajista 15–22 -vuotiaille tärkeimmät tunnusmerkit vastuulliselle yritykselle ovat ympäristövastuu, hyvät arvot ja toiminnan avoimuus. Hyviä arvoja, toiminnan avoimuutta ja läpinäkyvyyttä ja ympäristövastuullisuutta pitävät tärkeimpinä 23–35 -vuotiaat. Vastuullisen yrityksen tunnuspiirteistä 36–55 -vuotiaat vastaajat näkevät tärkeimpinä asioina toiminnan avoimuuden, suomalaisen työn arvostuksen ja ympäristövastuun. Yhteiskunnallinen vastuu on tärkein vastuullisen yrityksen tunnusmerkki 56–70 -vuotiaiden keskuudessa, sen jälkeen tulevat toiminnan avoimuus ja ympäristövastuu. (Yhteiskunnallinen yritys 2015.)

Ympäristövastuun merkitys on selvityksen mukaan suurempi nuorille, Etelä-Suomessa asuvalle kuin Itä- tai Pohjois-Suomessa asuville vastaajille. Työttömyyden vähentäminen koetaan erityisen tärkeäksi ikäryhmissä 36–55 ja 56–70. Yhteiskunnallinen vastuu korostuu vanhemmassa ikäryhmässä ja erityisesti Pohjois-Suomessa. Välinpitämättömyys työntekijöistä ärsyttää eniten 36–55 -vuotiaiden ryhmässä, alueelliset erot eivät tämän asian kohdalla ole suuria. Veronkierto ärsyttää vanhempia ikäluokkia ja varsinkin Pohjois-Suomessa. (Yhteiskunnallinen yritys 2015.)

## **4.2 Päätelmiä yritysten vastuullisuudesta**

Avoimuuden merkitys tulee tämän tutkimuksen perusteella kasvamaan liiketoiminnassa. Kun yritys kertoo avoimesti tavoitteistaan, liiketoiminnastaan ja siitä saatujen voittojen käyttämisestä, synnyttää se luottamusta asiakkaissa, työntekijöissä ja yrityksen muissa sidosryhmissä. Välinpitämättömyyttä työntekijöistä tulee vähentää hyvän johtamistavan ja työyhteisön huomioon ottamisen keinoin. Tasa-arvoisen ja oikeudenmukaisen liiketoimintatavan rakentaminen luo pohjaa kestävämmälle liiketoiminnalle.

Ravintola-alalla avoimuus ja läpinäkyvyys on ensisijaisesti harmaan talouden karsimista. Vastuullinen ravintolayrittäjä maksaa oikeita palkkoja, maksaa verot ja pitää työntekijöistä huolta. Ympäristöasiat tulee ottaa huomioon niin raaka-aineiden hankinnassa, hävikin määrässä kuin jätehuollossakin. Usein ympäristöasioiden järjestelmällinen huomioiminen tuo säästöjä yritykseen. Kierrättämällä oikein voidaan jätemaksuissa säästää, vedenkulutuksen tarkkaileminen tuo säästöjä, energiankulutuksen seuranta pienentää sähkölaskua ja järjestelmällinen varastonkierto vähentää hävikkiä ja vapauttaa pääomaa varastosta muihin kohteisiin.

## **4.3 Vastuullinen asiakas tutkimusten valossa**

Vastuullista asiakaskäyttäytymistä on tutkittu muun muassa erikoiskaupan tulevaisuudenkuvaa selvittäneessä ERIKA 2020 -hankkeessa, World Economic Forumin Millenial-tutkimuksessa, Tiedostava kuluttaja -tutkimuksessa ja LOHAS-kuluttajatutkimuksessa.

ERIKA 2020 -hankkeen mukaan vastuullisuus on yksi kolmesta kulutustavasta. Muut kaksi tapaa ovat näyttävä kulutus, status ja luksus sekä terveyttä ja hyvinvointia edesauttava kulutus. Tämän hankkeen mukaan erityisesti naiset ja korkeasti koulutetut henkilöt ovat vastuullisia kuluttajia. Vastuullisuus merkitsee kuitenkin kuluttajille eri asioita; yksi haluaa vähentää kuluttamista ja toinen on valmis maksamaan korkeampaa hintaa vastuullisesti tuotetuista hyödykkeistä ja kolmas korostaa palveluiden käyttöä kulutuksessaan. Vastuullisuus nähdään ympäristöystävällisesti tai reilun kaupan tapaan tuotettuina hyödykkeinä. (Nolvi 2014, 13.)

Nuoret aikuiset, joita kutsutaan World Economic Forumin tutkimuksessa milleniaaleiksi, ovat tutkimustulosten mukaan kiinnostuneita vastuullisesta yritystoiminnasta ja vastuullisesta kuluttamisesta. Tarkkaa määrittelyä ikäryhmälle ei ole, mutta usein kyseessä on 1980-2000 vuosina syntyneet henkilöt. Yhteistä heille on kokemusmaailma ja Internetin mukanaan tuomat käytänteet. Tämä ryhmä ei ole yhtenäinen, vaan se sisältää



paljon erilaisia yksilöitä. Ryhmän perusarvoja ovat yhteisöllisyys, vastuullisuus ja inhimillisyys. Aktiivinen vaikuttaminen ja tekeminen koetaan tärkeäksi. World Economic Forumin tutkimustuloksissa vuodelta 2013 korostetaan juuri tämän ryhmän merkitystä liiketoiminnalle. Vastuullisuudesta tulee viestiä oikein, koska ryhmän mielipiteet ja käyttäytyminen vaikuttavat nopeasti kulutuskäyttäytymiseen ja kuluttajamarkkinoihin. Nuorten aikuisten ryhmästä vain joka kymmenes on sitä mieltä, että vastuullisuusteemat ovat yritysjohdolle tärkeitä ja neljännes heistä haluaisi vastuullisuuden olevan tärkeimpiä arvoja yrityksessä. Kolmanneksen mielestä yritysjohto keskittyy ainoastaan tuottotavoitteisiin. (Nolvi 2014, 14-15.)

Vuonna 2014 valmistuneen Tiedostava kuluttaja -tutkimustulosten mukaan kuluttajat voidaan jakaa kahdeksaan ryhmään: huolenpitäjät, sivulliset, vakaumukselliset, kunnianhimoiset, unelmoijat, tinkimättömät, uteliaat ja itsevaltiaat. Näistä ryhmistä kolmen kulutuskäyttäytyminen on yhteiskunnallisen yrityksen periaatteiden mukaista. Näistä ainoastaan vakaumukselliset, joita oli kuluttajista 14 %, asettavat vastuullisuuden tärkeimmäksi kriteeriksi ostopäätökselle. Huolenpitäjälle, 24 % kuluttajista, on tärkeää perheen ja yhteisön hyvinvointi. Heidän ostopäätöstään ohjaavat eettisyys, ekologisuus, suomalaisuus ja hinta. Tinkimättömien kuluttajien kriteerinä on laatu, mutta ekologisuus ja eettinen kestävyys koetaan tärkeiksi ostopäätöksessä. Tinkimättömiä kuluttajia on tutkimustuloksen mukaan 9 % kuluttajista. (Nolvi 2014, )

LOHAS-elämäntyyli (Lifestyles on Health and Sustainability) on kyse siitä, että kuluttaja tekee ostopäätöksiä sosiaalisen omantunnon, hyvinvoinnin ja ekologisuuden perusteella. Ryhmä ei ole yhtenäinen, mutta vastuullisuus on heille tärkeä valintakriteeri, vaikka he eivät saisi välitöntä hyötyä. Tripod Researchin tutkimuksen mukaan kolmannes suomalaisista kuuluu LOHAS-ryhmään. Tämä on merkittävä tutkimustulos yrityksille, jotka haluavat korostaa toimivansa vastuullisesti ja oikeudenmukaisesti. Ryhmään kuuluvat kuluttajat ovat kiinnostuneita asioista ja ottavat tuotteista ja palveluista selvää. Ruuan osalta luomutuotanto, lähiruoka ja eettinen tuotanto ohjaavat valintoja. LOHAS-kuluttajat ovat erittäin tärkeitä yrittäjille myös siitä syystä, että he ovat valmiita kuluttamaan, heillä on rahaa ja mielenkiintoa asioihin. LOHAS-kuluttajia on kaikissa ikäryhmissä, vanhemmat ikäpolvet kunnioittavat erityisesti laadukasta työtä ja hyviä raaka-aineita. Ravintolayrittäjän kannalta merkityksellistä on, että LOHAS-kuluttajat valitsevat puhdasta ja terveellistä ruokaa. (Tripod Research 2011.)

#### **4.4 Tärkeät asiakasryhmät yhteiskunnallisen yrityksen kannalta**

Vastuullisuus on edellä esitettyjen tutkimustulosten mukaan merkittävässä roolissa ostopäätöksiä tehtäessä. Nuorten aikuisten keskuudessa se on nouseva trendi. Näiden tutkimustulosten mukaan kolmannes asiakkaista valitsee tuotteen tai palvelun, joka on eettisesti, ekologisesti ja sosiaalisesti kestävä. Yhteiskunnallisen yrityksen kannattaa saada viestinsä kuuluviin tälle ryhmälle asiakkaista. Asiakassegmentti koostuu nuorista aikuisista, jotka ovat koulutettuja kaupunkilaisia. Yrityksen tulee toimia avoimesti ja läpinäkyvästi, työntekijää kunnioittaen ja ympäristöarvot huomioiden. Erityisen tärkeä ryhmä yhteiskunnallisen yrityksen kannalta on huolenpitäjät, jotka esiintyvät Tiedostava kuluttaja -tutkimuksessa. Heidän tärkeimpiä kriteerejään on perheen ja yhteisön hyvinvointi. Toisaalta vakaumukselliset ovat sitoutunein ryhmä, joita on tutkimuksen mukaan noin seitsemäsosa kuluttajista.

Tutkimustuloksia tarkasteltaessa tulee pitää mielessä, että kysyttäessä kulutustottumuksia, saattaa moni henkilö vastata niin, kuten hän haluaisi asian olevan. Kuluttaja ei välttämättä kerro todellisia valintojaan täysin totuudenmukaisesti.

## 5 Työn kestävyys ja ravintola-ala

### 5.1 Työn kestävyys ulottuvuudet

Yhteiskunnallista yritystä voidaan tarkastella myös kestävä työn ulottuvuuksien kautta. Olen valinnut Antti Kasvion teorian lähtökohdaksi tähän opinnäytetyöhöni, koska sen pohjalta on mahdollista tarkastella ravintolatoiminnan kestävyyttä. Antti Kasvio (2014, 121-124) mukaan kestävyysulottuvuuksia on neljä. Nämä ovat ekologinen, taloudellinen, sosiaalinen ja inhimillinen kestävyys. Ekologinen kestävyys tarkoittaa työn sovittamista käytettävissä oleviin luonnonvaroihin, jonka Kasvio nostaa kaikista tärkeimmäksi työelämän kestävyys tavoitteeksi. Ekologinen kestävyys on energian ja raaka-aineiden kulutusta planetaaristen rajojen puitteissa. Lisäksi se käsittää mahdollisimman pienet ympäristökuormat, joita toiminta aiheuttaa. Palveluiden ja tuotteiden tulee olla kestävä kehityksen vaatimusten mukaisia.

Taloudellinen kestävyys tarkoittaa sitä, että organisaation rahoituspohja on kunnossa. Toiminnan tulee olla kilpailukykyistä ja kannattavaa. Lisäksi toiminnan tulee olla uusiutumiskykyistä, jotta se voi menestyä myös tulevaisuudessa. Sosiaalisen kestävyys pohjana on, että kaikilla on yhtäläiset mahdollisuudet osallistua työelämään. Työyhteisöjen toimivuutta on parannettava. Työelämässä tulee huolehtia siitä, että ihmisiltä vaaditut uhraukset ja saadut palkkiot jakautuvat oikeudenmukaisesti. Yritystoiminnan tulee olla kaikin puolin sosiaalisesti kestävä pohjalla. (Kasvio 2014, 122.)

Inhimillinen kestävyys ulottuvuus käsittää terveelliset ja turvalliset työympäristöt. Työstä saatavan toimeentulon tulee olla riittävä, jotta ihmiset voivat huolehtia omista ja lähimmäistensä tarpeista. Samalla on tärkeää kiinnittää huomiota työn sisällölliseen mielekkyyteen, työntekijät pääsevät toteuttamaan itseään. (Kasvio 2014, 124.) Manka (2015) kuvaa inhimillistä kestävyyttä työn imulla ja työnilolla.

Nämä vastuualueet eivät ole erillisiä vaan edellyttävät toisiaan ja muodostavat siten systeemisen kokonaisuuden. Esimerkiksi toimintojen ekologista tai sosiaalista kestävyttä ei voida lisätä hinnalla millä hyvänsä, koska toimintojen kannattamattomuus johtaa nopeasti lakkauttamiseen. Samoin voi käydä silloin, jos toiminnot kehitetään kannattaviksi siten, että työn inhimillisuus ja ekologinen kestävyys kärsivät. (Kasvio 2014, 123.)

## **5.2 Esimerkkejä ravintoloista yhteiskunnallisena yrityksenä**

Kansainvälisesti todennäköisesti tunnetuin ravintola, joka toimii yhteiskunnallisen yrityksen liiketoimintatavan mukaisesti on Jamie Oliverin Fifteen. Vuonna 2002 Lontooseen perustettu ravintola toimii edelleen kouluttaen oppisopimuksella huono-osaisia nuoria ravintola-alalle. Nykyisin Fifteen-ravintoloita toimii myös Cornwallissa ja Amsterdamissa. Yli kymmenen vuoden aikana koulutuksesta on valmistunut yli 350 nuorta, joista on ravintola-alalla töissä 80 %. Voittovarot yhtiö sijoittaa Jamie Oliver Foundationin kautta joko takaisin koulutusohjelmiensa kehittämiseen tai hyväntekeväisyyteen. Vuonna 2010 yhtiö ilmoitti liikevaihdokseen viisi miljoonaa euroa. (Fifteen 2015.)

Suomessa toimivista ravintoloista, jotka toimivat yhteiskunnallisina yrityksinä on kaksi esimerkkiä. Cafe Ursula on toiminut Helsingin Kaivopuiston rannassa vuodesta 1952. Kahvila perustettiin olympialaisten vierailijoita varten kesäkahvilaksi. Vuonna 1986 Kahvila muutettiin ympärivuotiseksi kahvila-ravintolaksi. Yrityksen omistaa kuusi voittoa tavoittelematonta sosiaalialan järjestöä, jotka tekevät työtään äitien, lasten, vanhusten ja kotien hyväksi. Nämä järjestöt ovat: Helsingin ensikoti ry, Kansan sivistysrahasto, Kesäkotikallioniemi ry, Käpyrinne ry, Lomakoti Kotoranta ry ja Pienperheyhdistys ry. Yrityksen voitot jaetaan näiden omistajayritysten kesken. Cafe Ursula pyrkii toiminnallaan tekemään hyvää asiakkailleen ympäristön, tuotteiden ja tunnelman kautta. Lisäksi yritys haluaa tehdä hyvää työntekijöilleen solmimalla heidän kanssaan pysyvät ja kestävät työsopimukset. Toiminnan tarkoituksena on ollut alusta asti hyväntekeväisyys ja hyvä palvelu. (Kansan sivistysrahasto 2015.)

Kanresta Oy on Suomen Kansanterveysyhdistys ry:n tytäryhtiö, joka on yksi kulttuurilaitosten ravintolapalvelujen tuottajista. Yrityksellä on lisäksi kahvila- ja henkilöstöravintolatoimintaa. Yritys tukee toiminnallaan jäsenjärjestöjensä työtä, joita ovat Lastentautien tutkimussäätiö, Suomen Mielenterveysseura ry, Suomen Sydänliitto ry ja Vanhustyön keskusliitto ry. Yritys korostaa myös vastuuta ympäristöstä. Toimitusjohtaja Antti Rosenberg korostaa yrityksen vastuuta huomioida ympäristönäkökulma kaikessa päätöksenteossa. Kestävän kehityksen kulttuurin tulee näkyä elinkaariajatteluna kaikilla toiminnan tasoilla. (Kanresta 2014.)

## **5.3 Yhteiskunnallisen ravintolan mahdollisuudet tuottaa hyvää**

Edellä esitellyt ravintolat ovat järjestöjen omistuksessa. Näiden ravintoloiden toiminnassa on tavoitteena edistää omistajajärjestöjensä työtä. Fifteenin tavoite on kouluttamattoman nuorison pääsy kiinni työelämään ja sitä kautta syrjäytymisen estäminen. Suomalaisten

ravintoloiden tavoitteet keskittyvät terveys- ja hyvinvointipalveluiden tuottamiseen, kuten aiemmin esitetyn tutkimuksen mukaan suurin osa suomalaisista yhteiskunnallisista yrityksistä tekee. Lisäksi ravintolat kiinnittävät huomiota ympäristöarvoihin ja työhyvinvointiin. Kasvion kestävyysulottuvuudet täyttyvät näiden ravintoloiden kohdalla, tosin taloudellista vastuuta ei näistä ravintoloista yksikään erityisesti korosta.

Yksityisen ravintolan, joka toimii yhteiskunnallisen yrityksen periaatteiden mukaan, tulee löytää omat keskeiset arvonsa ja tavoitteensa. Hyvää on mahdollista tehdä eri vaiheissa toimintaa (Kuvio 2).



Kuvio 2. Ravintolan mahdollisuudet tuottaa hyvää.

Raaka-ainehankinnat ovat ravintolan tärkeitä valintoja. Raaka-aineet voidaan valita siten, että ne auttavat lähiympäristön tuottajia ja viljelijöitä saamaan tuotteitaan markkinoille ja sitä kautta työllistymään omalla alueella (vrt. Kasvion ekologinen ulottuvuus). Toisaalta on mahdollista valita ympäristön kannalta kestävästi kasvatettuja raaka-aineita, nämä tuotteet voivat olla auttamassa esimerkiksi kolmansien maiden maatalouden kehittämisessä ja väestön työllistymisessä. Kolmas valinta voidaan tehdä sosiaalisesti vastuullisten tuotteiden valinnassa. Raaka-aineet ovat tässä tapauksessa valittu sen mukaan, ettei niitä ole tuotettu lapsityövoimalla tai muuten orjuuteen verrattavissa olosuhteissa.

Ravintolan perustoiminta tuottaa hyvää työntekijöille ja asiakkaille. Ravintola voi tarjota työtä myös vaikeassa markkina-asemassa oleville henkilöille, esimerkiksi maahanmuuttajille, mielenterveyskuntoutujille tai ikääntyville ihmisille. Harjoittelijoita

opetetaan, jolloin heidän mahdollisuutensa työmarkkinoilla paranevat. Työyhteisö tuo henkistä hyvinvointia, merkityksellisyyden tunnetta ja yhteisöön kuulumisen kokemuksia. Maahanmuuttajille työ on väylä integroitumiseen suomalaiseen yhteiskuntaan, se auttaa kielitaidon kartuttamisessa ja helpottaa löytämään omia verkostoja. (vrt. Kasvion sosiaalinen ulottuvuus.) Asiakas saa palvelun ja tuotteiden lisäksi hyvän mielen, tietäessään, että yritys toimii eettisesti kestävästi ja lahjoittaa suurimman osan voitoistaan hyvään tarkoitukseen. Tämä on ravintolamaailmassa merkittävä lisäarvo asiakkaalle.

Ruoka-annos tai juoma voi tuottaa hyvää, jos se on valmistettu eettisesti ja ekologisesti kestäväällä tavalla. Ravintolatoiminta on suunniteltu siten, että hävikin määrä on mahdollisimman pieni ja toiminta on energiataloudellista. Ruokalistasuunnittelu ja hankinta perustuu oikein laskettuihin raaka-ainemääriin ja suunnitelmalliseen tuotekehitykseen, jossa annokset vakioidaan. Lisäksi suunnitelmallisella varastonhallinnalla pystytään vähentämään hävikkiä merkittävästi. Energiataloudellisten ja vedenkulutusta pienentävien ratkaisujen löytäminen ja kehittäminen vähentää yrityksen hiilijalanjälkeä. (vrt. Kasvion ekologinen ulottuvuus.)

Arvomaailman mukaiseen kohteeseen tehtävät avustukset ovat yksi ravintolan tapa tehdä hyvää. Ravintola yhteiskunnallisena yrityksenä valitsee avustuskohhteensa omien arvojensa kautta. Avustus voidaan maksaa yleishyödylliselle yhteisölle, säätiölle tai yhdistykselle, joka sopii ravintolan missioon. Verkottuminen erilaisten avustusjärjestöjen ja yleishyödyllisten yhdistysten kanssa on ensiarvoisen tärkeää, jotta saa todenmukaista tietoa avustusten perille menosta. Yrityksen on mahdollista myös kerätä rahaa kohteelleen valitsemansa järjestön kautta, jolloin avustettava järjestö hakee rahankeräyslupaa poliisilta (Rahankeräyslaki (255/2006)§ 7).

## 6 Prosessi nimeltä Meerin Bistro

Olen toiminut ravintola-alalla yrittäjänä yli kymmenen vuotta. Ravintolani toimivat sisävesilaivoilla Tampereella, Mustalahden ja Virtain satamissa kesäravintoloina, lähiöravintolassa Peltolammilla ja loma- ja kurssikeskuksessa Ylöjärvellä. Suurimmillaan yritykseni työllisti 35 henkilöä kesäisin. Toimintatapani oli perinteinen, jossa yritystoiminnan kautta pyrittiin saamaan mahdollisimman suuria voittoja osakkaille. Myytyäni yritykseni vuonna 2009 olen tutustunut enemmän arvosidonnaisiin tapoihin vaikuttaa yhteiskunnassa.

Opiskeluni Haaga-Helia Ammattikorkeakoulussa ruokatuotannon johtamisen opinto-ohjelmassa aloitin syksyllä 2012. Samana syksynä kävin Berliinissä yhteiskunnallisen yrityksen toimintaperiaatteiden mukaisessa ravintolassa, joka on ollut suurin yksittäinen sysäys tulevalle erilaiselle yrittäjyydelleni. Ravintolassa oli kausittain vaihtuva avustuskohde, jota asiakkaat pystyivät seuraamaan ravintolan Internet-sivuilta, lisäksi ravintolassa oli esitteitä kohteesta. Toimintaperiaatteissa, jotka löytyivät menusta, kerrottiin yhteisestä päätäntävällästä yrityksessä, tasa-arvoisesta kohtelusta ja oikeudenmukaisuudesta.

Olin mukana Lappeenrannan teknillisen yliopiston innovaatioyksikön Yhteiskunnallisten yritysten innovaatiotyöpajat -hankkeessa, jossa tutkijat Virpi Koskela ja Tuija Oikarinen ottivat oman ravintolaideani case-esimerkiksi 20.3.2014. Tämä tapaaminen tutkija Jaana Merenmiehen johdolla oli erittäin innostava. Työpajassa keskityttiin innovoimaan ravintolan arvomaailmaa, sidosryhmiä ja toiminnan vaikutusta koko kaupungin ravintolaelämään ja asiakkaisiin. Lisäksi pohdittiin ravintolan hyötyjä ja vaikutuksia kaupungille ja työntekijöille. Tämän työpajan tulokset ovat luettavissa YYAapisesta kohdasta Meerin Bistro (liite 2). Näistä työpajoista sain erittäin tärkeitä yhteistyökumppaneita ja verkostoiduin eri toimijoiden kanssa. Esimerkkinä yhteistyöstä voin mainita paikallisen kierrätysyrityksen, joka kouluttaa kahviloissaan heikossa markkina-asemassa olevia henkilöitä. Olemme sopineet, että kahvilan harjoitteluajan jälkeen henkilöillä on hygieniapassi, jonka jälkeen heillä on mahdollisuus hakeutua omaan yritykseeni töihin. Kierrätysyrityksellä on monen vuoden kokemus hygieniapassikoulutuksesta, joten minun ei tarvitse kuluttaa resurssejani perusasioiden kouluttamiseen.

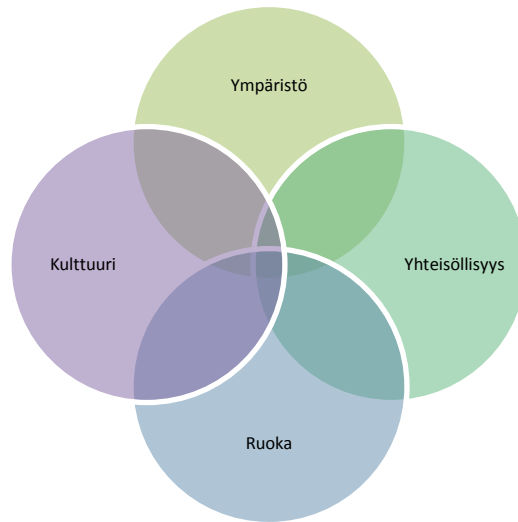
Olen tehnyt opiskeluaikani useita harjoitustöitä ja eri opintokokonaisuuksien loppuraportteja, joiden lähtökohtana on ravintola, joka on yhteiskunnallinen yritys. Tämä opinnäytetyö kokoaa eri opintokokonaisuuksien tärkeimmät asiat yksiin kansiin. Uuden

yrittäjäni liiketoimintasuunnitelma on kokonaisuus, jossa on osa-alueita laskentatoimesta, henkilöstöhallinnasta, strategia-ajattelusta, markkinoinnista ja vastuullisesta liiketoiminnasta. Arkipäivä liittyy mukaan opinnot ruokatuotannosta, keittiön suunnittelusta ja johtamisesta sekä kirjanpidosta. Tiedon muuttaminen taidoiksi ja kompetenssiksi yritystoiminnassa luo mahdollisuudet menestymiselle. Suomalaiset yhteiskunnalliset yritykset ovat pieniä, joilla ei ole valmiutta tai kiinnostusta etsiä kasvua yritystoimintaansa. Itse pyrin ensisijaisesti työllistymään mielekkään ja uuden yritystoiminnan kautta, mutta samalla jo alkuvaiheessa etsin kasvun mahdollisuuksia toimintaan. Tämän koko prosessin tarkoituksena on luoda kannattava ja toimiva ravintola, joka toimii yhteiskunnallisen yrityksen periaatteiden mukaan. Projekti on edennyt jo niin pitkälle, että ravintola etsii parhaillaan sopivaa liiketilaa toimintansa aloittamiseksi.

Voimakkaasti arvosidonnaisen yritystoiminnan aloittaminen tuottaa päänsäivä monella osa-alueella. Rahoituksen järjestäminen on perustana koko yritystoiminnalle, uskon kuitenkin, että oma osaamiseni laskentatoimessa auttaa löytämään oikeat rahoittajat yritykselleni. Tämän hetken suunnitelma on rahoittaa ravintolayritys oman pääoman, sijoitetun pääoman ja lainarahoituksen turvin. Joukkorahoituksen mahdollisuuksia tutkitaan, koska Suomessa on mahdollista hakea joukkorahoitusta ainoastaan vastikkeellisessa muodossa. Tämä tarkoittaa sitä, että rahojen vastineeksi saa myöhemmin valmistuvan palvelun tai tuotteen. Sijoitusmuotona joukkorahoitus ei ole vielä Suomessa mahdollista, mutta rahankeräyslain ja joukkorahoituksen muutoksia valmistellaan valtiovarainministeriössä.

Suurin huolenaiheeni on oikean asiakaskunnan löytäminen. Osakeyhtiö, joka perustetaan ravintolatoimintaa varten käsittää neljä osakasta. Jokaisella osakkaalla on suuri verkosto potentiaalisia asiakkaita, mutta ravintolaa ei voi perustaa ainoastaan ystäville. Tässä opinnäytetyössäni olen etsinyt oikeaa asiakassegmenttiä ravintolalle, joka toimii yhteiskunnallisena yrityksenä. Näiden tutkimustuloksien ja havaintojeni perusteella omien asiakkaitteni kiinnostuksen kohteena ovat ympäristö, yhteisöllisyys, kulttuuri ja ruoka (Kuvio 3). Edellä esitettyjen tutkimustulosten mukaan kolmannes suomalaisista valitsee vastuullisen kulutuskäyttäytymisen, perustettavan yrityksen kotikaupungissa Lahdessa tämä tarkoittaisi noin 35.000 henkilöä. Jos ravintola pystyy tavoittamaan tästä joukosta kaksi prosenttia, on ravintolalla jo 700 potentiaalista asiakasta. Tämä joukko pyritään löytämään tehokkaalla markkinoinnilla eri kanavia käyttäen sosiaalisessa mediassa sekä sanomalehtien kulttuuripalstojen kautta. Ravintolatoiminnan vastuullisuus ja arvosidonnaisuus on tälle asiakasryhmälle merkittävä lisäarvo.





Kuvio 3. Perustettavan ravintolan asiakkaiden kiinnostuksen kohteet.

Kuluttajien käyttäytyminen muuttuu nykyisin hyvin nopeasti. Tästä syystä ravintolan on oltava koko ajan ajassa kiinni ja seurattava mitä siitä sosiaalisessa mediassa kirjoitetaan. Monet asiakkaat seuraavat aktiivisesti useita medioita, joten asiattomat kirjoitukset voivat hyvin nopeasti vahingoittaa yrityksen imagoa ja johtaa asiakaskatoon.

Tämä opinnäytetyöprosessi on lisännyt kiinnostustani ryhtyä jälleen yrittäjäksi. Tutkimustulosten ja ilmiöiden seuraamisesta on tullut arkipäivää, joka antaa laajempaa tietopohjaa uuden yrityksen perustamiselle. Ravintola tulee olemaan neljän eri alojen asiantuntijoiden yhteinen tapa tehdä hyvää lähiympäristössä. Tarkoituksena on, että jo vuoden jälkeen yritys voisi toimia esimerkkinä muille toimijoille ja auttaa ja kouluttaa tulevia yhteiskunnallisia yrityksiä. Jatkona tälle opinnäytetyölle on mahdollista tehdä helppolukuinen ja selkeä opas ravintolatoiminnan aloittamiseksi yhteiskunnallisena yrityksenä.

## 7 Pohdinta

Ravintola yhteiskunnallisena yrityksenä mahdollistaa hyvän laittamisen kiertoon. Yritystoiminnan tulee olla kannattavaa ja liikevoittoa tavoittelevaa, jotta yrityksen tavoitteet saavutetaan. Yrityksen tulee määritellä toiminnalleen arvoihin perustuva tarkoitus ja tämän arvolupauksen ohjaamana se voi tehdä yhteiskunnallisesti hyvää. Voittoa ei tavoitella ainoastaan yrityksen osakkeenomistajille vaan siitä hyöttyy suurempi määrä ihmisiä, koska yritys antaa valitsemalleen kohteelle yli puolet liikevoitostaan.

Yksityinen ravintola, joka toimii yhteiskunnallisen yrityksen periaatteiden mukaan on Suomessa uusi tapa toimia. Tätä opinnäytetyötä tehdessäni syksyllä 2015 löysin ainoastaan eri yleishyödyllisten yhdistysten omistamia ravintola-alalla toimivia yhteiskunnallisia yrityksiä. Nyt perustettavalla yksityisomistuksessa olevalla ravintolalla tulee olemaan jopa ennenkuulumatonta uutuusarvoa. Pohdintaa aiheuttaa kuitenkin se, että jos yritys leimautuu voimakkaasti hyväntekijän rooliin, niin se ei saavuta kaikkia asiakasryhmiä. Toisaalta edellä esitettyjen kuluttajatutkimusten valossa jopa kolmannes asiakkaista tekee ostopäätöksiä palvelun tai tuotteen vastuullisuuden perusteella. Ryhmä on heterogeeninen, mutta selvimmin vastuullisuutta painottavat kuluttajat ovat useammin naisia kuin miehiä, he ovat koulutettuja ja asuvat kaupungeissa. Ikäryhmä, joka on kiinnostunein vastuullisuudesta ovat nuoret aikuiset, joilla edellä olleissa tutkimuksissa tarkoitettiin vuosina 1980–2000 syntyneitä henkilöitä.

Yrityksen vastuullisuus on avoimuutta liiketoiminnassa, oli tutkimustuloksena Suomalaisen työn liitto ry:n vuonna 2015 tekemässä selvityksessä. Ympäristövastuu oli toisena ja yhteiskunnallinen vastuullisuus kolmantena kriteerinä vastuulliselle yritykselle. Yhteiskunnallisen yrityksen on mahdollista ottaa kaikki nämä huomioon toiminnassaan. Kasvion vastuullisuusulottuvuudet toimivat hyvänä arvopohjana yhteiskunnalliselle yritykselle. Näiden ulottuvuuksien huomioon ottaminen olisi jokaiselle yritykselle tärkeää.

Ravintola yhteiskunnallisena yrityksenä voi antaa kaupungille lisäarvoa, koska se elävöittää kaupunkikuvaa. Ravintola mahdollistaa yhteisöllisyyttä uudella tavalla. Yritys tuo kaupungille verotuloja ja lisäksi lisää asukkaiden valinnanmahdollisuuksia viettää vapaa-aikaa. Verkottuessaan muiden yritysten ja yhteisöjen kanssa, se saa aikaan synergiaetua.

Yhteiskunnallisen yrityksen ravintoloitsijan tulee toimia oman arvomaailmansa mukaan. Yrityksen tärkeimmät arvot ovat sellaisia, että koko henkilökunta voi ne helposti

allekirjoittaa. Tämä luo osaltaan hyvän pohjan työyhteisön hyvinvoinnille. Työyhteisö tulee nähdä yrityksen suurimpana voimavarana.

Hyvin suuri osa tässä opinnäytetyössä esitetyistä tutkimuksista ja johtopäätöksistä pätee koko yritysmaailmaan ja koko ravintola-alalle. Liikeidean on oltava hyvä ja lisäksi liiketoiminnan tulee olla pitkäkestoisesti vastuullista, merkityksellistä ja voittoa tuottavaa.

## Lähteet

Ahonen, J., Koskinen, T. & Romero, T. 2009. Opas ravintolan liiketoimintasuunnitelman laatimiseen. Restamark. Helsinki.

Arvo-liitto 2015. Luettavissa: <http://www.arvoliitto.fi/yhteiskunnallisesta-yrittamisesta/>.  
Luettu: 19.9.2015.

Aula, P., Vehkalahti, K. & Äikäs, T. 2007. Kaupunkimaine. Tutkimus kaupunkien maineen rakenteesta ja siihen vaikuttavista tekijöistä. Kuntatalon paino. Helsinki.

Defourny, J. 2001. From Third Sector to Social Enterprise, teoksessa Borzaga, C. & Defourny, J. The Emergence of Social Enterprise. Routledge. London & New York.  
Luettavissa:  
[http://emes.net/content/uploads/publications/From\\_third\\_sector\\_to\\_social\\_entr.\\_4.7.00.pdf](http://emes.net/content/uploads/publications/From_third_sector_to_social_entr._4.7.00.pdf).  
Luettu: 19.9.2015.

Fifteen 2015. Luettavissa: <http://www.fifteen.net/apprentice-programme/>. Luettu:  
22.9.2015.

Kanresta Oy 2014. Luettavissa: <http://www.kanresta.fi/sitenews/view/-/nid/10/ngid/8/grid/yes>. Luettu: 23.10.2015.

Kansan sivistysrahasto 2015. Luettavissa: <http://www.sivistysrahasto.fi/62-cafe-ursula-tekee-hyvaa>. Luettu: 22.10.2015.

Kasvio, A. 2014. Kestävä työ ja hyvä elämä. Tammerprint Oy. Tampere.

Koskela, V., Oikarinen, T., Konsti-Laakso, S., Martikainen, S. & Melkas, H. YYAapinen 2014. Lappeenrannan teknillinen yliopisto. Tutkimusraportit - No.31. Lahti. Luettavissa:  
<http://www.lut.fi/documents/10633/30059/Yyaapinen+nettiversio.pdf/1908876b-2c08-4bc5-8d73-9c93530aa347>. Luettu: 10.9.2015.

Kotiranta, A., Rouvinen, P. & Widgrén, J. 2015. Yhteiskunnalliset yritykset Suomessa. Elinkeinoelämän tutkimuslaitos. Luettavissa:  
<http://www.arvoliitto.fi/wp-content/uploads/2015/09/Etla-ARVO-Seminar-2015-Liiketoimintamalleja-kartoittava-esitutkimus1.pdf>. Luettu: 20.10.2015.

Koto, I. 2010. Yhteiskunnallisen yrittäjyyden institutionalisaatio Suomessa – haasteet ja mahdollisuudet. Pro Gradu -tutkielma. Helsingin yliopisto. Luettavissa: [http://www.finern.fi/site/files/2013/1417/7065/Yhteiskunnallisen\\_yrittäjyyden\\_institutionalis\\_aatio\\_Suomessa\\_Pro\\_gradu\\_Koto.pdf](http://www.finern.fi/site/files/2013/1417/7065/Yhteiskunnallisen_yrittäjyyden_institutionalis_aatio_Suomessa_Pro_gradu_Koto.pdf). Luettu: 20.9.2015.

Manka, M. 2007. Työrauhan julistus. Gummerus kirjapaino Oy. Jyväskylä.

Manka, M. 2015. Työnilonjulistus 2015. Luettavissa: [http://www.uta.fi/jkk/synergos/tyohyvinvointi/tyonilo\\_julistusA4\\_2015.pdf](http://www.uta.fi/jkk/synergos/tyohyvinvointi/tyonilo_julistusA4_2015.pdf). Luettu: 27.10.2015.

Nolvi, M. 2014. Systemiset innovaatiot elintarvikealalla. Osa 2: Vastuullisuus brändilupauksen sisällöksi. Turun Ammattikorkeakoulun raportteja 205. Suomen yliopistopaino - Juvenes Oy. Tampere. Luettavissa: <http://julkaisut.turkuamk.fi/isbn9789522165534.pdf>. Luettu: 20.9.2015.

Oksanen, T. & Virtanen, M. 2012. Työyhteisön sosiaalinen pääoma. Teoksessa Oksanen, T. (toim.) Hyvinvointihavaintoja. Tammerprint Oy. Tampere.

Rahankeräyslaki 31.3.2006/255.

Suomalaisen työn liitto ry 2015. Luettavissa: <http://suomalainentyo.fi/yrityksille/yhteiskunnallinen-yritys/yhteiskunnallinen-yritys-merkin-saannot/>. Luettu: 18.10.2015.

Suomen pankki 2015. Valuuttakurssit. Luettavissa: [http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/valuuttakurssit/valuuttakurssit\\_\(ekp\)/pages/eurofxref-graph-gbp.aspx](http://www.suomenpankki.fi/fi/tilastot/valuuttakurssit/valuuttakurssit_(ekp)/pages/eurofxref-graph-gbp.aspx). Luettu: 23.11.2015.

Tikka, V. & Gävert, N. 2014. Arvonluonnin uusi aalto. Tekesin katsaus 309/2014. Luettavissa: [https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/arvonluonnin\\_uusi\\_aalto\\_309\\_2014.pdf](https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/arvonluonnin_uusi_aalto_309_2014.pdf). Luettu: 19.10.2015.

Tripod Research 2011. Ethos elämä 2011 LOHAS. Luettavissa: [https://asiakas.kotisivukone.com/files/ptr.kotisivukone.com/LOHASPACK\\_avajaisseminaa ri2011/2.1\\_ethoselama\\_lohaspack.pdf](https://asiakas.kotisivukone.com/files/ptr.kotisivukone.com/LOHASPACK_avajaisseminaa ri2011/2.1_ethoselama_lohaspack.pdf). Luettu: 18.10.2015.

Villeneuve-Smith, F. & Temple, N. 2015. State of Social Enterprise Report 2015. Social Enterprise UK. London. Luettavissa:  
[http://socialenterprise.org.uk/public/uploads/editor/SEUK\\_StateofSocialEnterprise\\_FINAL\\_WEB.pdf](http://socialenterprise.org.uk/public/uploads/editor/SEUK_StateofSocialEnterprise_FINAL_WEB.pdf). Luettu: 23.11.2015.

Yhteiskunnallinen yritys 2015 –selvitys 2015. Suomalaisen työn liitto ry.  
Luettavissa: <http://sawp-stl.s3-eu-central-1.amazonaws.com/wp-content/uploads/2015/07/Yhteiskunnallinen-yritys-2015-selvitys.pdf>. Luettu: 20.9.2015.

## Liite 2. Tapaus "Meerin Bistro"

### Tapaus "Meerin bistro"

Meeri haluaa ryhtyä ravintola-alan yrittäjäksi ja työllistää itsensä. Hän haluaa ravintolansa toimivan yhteisön kokoontumispaikkana ja rakentaa näin yhteishenkeä alueelle. Hänen toiveissaan on luoda tila, jossa voi nostaa esille nuorten taiteilijanalkujen töitä. Hän haluaa tarjota ihmisille terveellistä ruokaa, jonka valmistaminen luo työpaikkoja vaikeasti työllistyville ja maahanmuuttajille sekä harjoittelupaikkoja opiskelijoille. Raaka-ainehankinnoissa hän tahtoo työllistää oman maakunnan ruoantuottajia, jolloin myös kuljetusmatkat jäävät lyhyiksi.



#### Meerin bistron vaikutukset kaupunkiin:

- » yrityksen verotulot vakauttavat taloutta
- » työttömät kaupunkilaiset työllistyvät, toimeentulotukimenot ja syrjäytyminen vähenevät
- » lisää hyvinvointia ja yhteisöllisyyttä
- » kehittää monikulttuurisuutta
- » edistää tasavertaisuutta
- » parantaa kaupunkikuvaa ja imagoa
- » innostaa muita perustamaan yhteiskunnallisia yrityksiä
- » elävöittää alueen kulttuuri- ja taide-elämää ja tuo esille taideopiskelijoiden osaamista

Lähde: LUT LSI:n järjestämä työpaja (20.3.2014), jossa käytiin keskustelu vaikutusten tunnistamiseksi osallistujien ja alustajana toimineen Jaana Merenmiehen kesken.

#### Meerin bistron vaikutukset työntekijään:

- » työtä ja toimeentuloa
- » oppimista ja osaamisen karttumista
- » henkistä hyvinvointia, merkityksellisyyskokemuksia, yhteisöön kuulumisen kokemusta
- » auttaa nuoria siirtymään työmarkkinoille
- » auttaa maahanmuuttajia integroitumaan yhteiskuntaan
- » antaa osatyökykyiselle joustavan mahdollisuuden tehdä töitä omien voimien mukaan tai eläkkeelle siirtyvälle mahdollisuuden hiljentää työtahtia vaihteittain
- » mielekäs tekeminen on ihmiselle joidenkin tutkimusten mukaan suurin onnellisuutta lisäävä tekijä!